

Гончарук Наталія
студентка групи О-21
Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний соціально-економічний коледж
м. Кам'янець-Подільський, Україна
Nataliya Goncharuk
Student group O-21
Podilsky Special Educational and Rehabilitation Socio-Economic College
Kamenetz-Podolsky, Ukraine
Науковий керівник: **Бачинська Олена**, к.е.н.
Викладач кафедри економіки, фінансів, обліку та оподаткування
Scientific supervisor: **Olena Bachynska**, PhD in Economics,
Lecturer at the Department of Economics, Finance, Accounting and Taxation

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ EVENT-ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ **MODERN STATE AND DEVELOPMENT OF EVENT TOURISM IN UKRAINE**

Значного визнання й популярності у світі за останні десятиліття набуває розвиток такого перспективного напрямку туризму як івентивний (event-туризм). Згідно з останніми дослідженнями до 2020-го року кількість учасників подієвих турів може перевищити число учасників екскурсійних турів та скласти більше 35% від загального попиту на всі тури.

Подорожі до місць, де відзначаються свята та події зародились ще задовго до появи туризму. З часів стародавньої Римської імперії до нас дійшов вислів «хліба та видовищ». Давні правителі добре розуміли, що ситий та задоволений люд не думатиме, не чинитиме опору. Потреби людини у святі, у набутті добрих емоцій науково підтверджує психологія.

Характерною ознакою івентивного туризму є приурочення туристичної подорожі до певної події, свята чи видовища. Особливостями подієвого туризму є: відсутність сезонності, можливість прогнозування, масовість, інтерактивність, інноваційність, регулярність подій, стимулювання повторного відвідування дестинацій, видовищність.

Івентивний туризм включає в себе ряд заходів культурного, спортивного, етнографічного та виставкового видів туризму. У своїй праці «Спеціальні види туризму» О. Бабкін виокремив у івентивному туризмі певні тематичні види: паради; ярмарки та виставки; карнавали; музичні фестивалі; освітні заходи; аукціони; кінофестивалі; модні покази; театралізовані шоу; національні свята; спортивні події; конференції, симпозіуми.

Сьогодні різноманітні заходи влаштовуються у всіх країнах світу. Коли спробували поррахувати всі великі фестивалі, карнавали та паради, то дійшли висновку, що їх приблизно 2-3 тисячі. Тобто в середньому близько 30 великих свят щодня. Щорічно на планеті відбувається близько 500 великих і 800 менш масштабних музичних фестивалів, понад 300 етнографічних, близько 100 різдвяних та ін. На офіційному сайті Асоціації карнавальних міст Європи представлені 348 найвідоміших карнавалів і фестивалів планети. Більшість фестивалів мають свою історію, пов'язану з минулим країн, подвигами героїв, традиціями, що склалися на основі національного способу життя, ідеологічних, релігійних принципів. Загальна класифікаційна характеристика фестивальних заходів представлена у таблиці 1.

Класифікація фестивальних заходів за масштабом проведення

Назва класу	Характерні риси	Назви фестивалів
Міжнародні фестивалі	Приїзд туристів із 3 і більше країн. Значна реклама. Масштаби охоплення туристів	Карнавал у Ріо-де-Жанейро, Венеціанський Карнавал, Олімпійські ігри, Корида, Томатні бої, Новий рік у Китаї та Таїланді тощо
Національні фестивалі	Фестивалі проводяться в межах однієї країни. Реклама в національних засобах масової інформації. Залучення туристів своєї країни	Октоберфест (Німеччина), Станфордський фестиваль (Велика Британія), Сорочинський ярмарок (Україна) тощо
Регіональні фестивалі	Свята, що проводяться в межах кількох сіл, або в одному місті. Оголошення лише в районній або в обласній газеті. Маловивчені і мало розрекламовані події серед туристів інших регіонів та інших країн	«Храмові свята» у селах, Маланка, Дні міста, ярмарки тощо

Подія, як туристичний ресурс, має яскраво виражений мультиплікаційний ефект – вона «змушує» розвиватися різні сектори туристичної індустрії для ефективнішого використання власного потенціалу. У випадках, коли йдеться про масштабну подію, вона стимулює розвиток інфраструктури регіону та надходження прибутку від туризму, тож регіон отримує вигоди завдяки певній події. Виразним прикладом цього є проведення в Україні фінальної частини Чемпіонату Європи з футболу у 2012 році, Євробачення у 2005 та 2017 роках.

Розвиток івентивного туризму принесе соціально-економічну користь усім його суб'єктам (рис. 1).



Рис. 1. Соціально-економічні ефекти від розвитку івентивного туризму

Івентивний туризм сприятиме розвитку усієї туристичній галузі в Україні завдяки наступним факторам:

1. Цікавість для молоді (неординарні свята);

2. Розвиток і поширення культурних традицій України;
3. Освітнє значення;
4. Інформаційне значення (поширення позитивного іміджу про Україну);
5. Презентація України для іноземних туристів;
6. Розвиток малого бізнесу;
7. Залучення інвестицій з боку українського бізнесу і іноземних компаній;
8. Кооперація органів державної влади з суб'єктами туристичної діяльності.

Активне розповсюдження івентивного туризму зумовило появу професій, пов'язаних з цим напрямом: «менеджер фестивалю», «дизайнер виставок та експозицій», «управління та контроль подій» тощо, які почали стимулювати розвиток та спеціалізацію навчальних закладів з підготовки висококваліфікованих кадрів по всьому світі.

Івентивний туризм, спрямований на залучення масового контингенту туристів, приурочений до якоїсь культурної події чи спортивного життя регіону, вимагає:

- формування цільової комплексної програми його розвитку;
- розробку івенту та своєчасне інформування про нього;
- розроблення і проведення широкомасштабних заходів культурного, наукового та спортивного життя регіону, нових святкових програм, конференцій, конгресів, круглих столів і семінарів, що залучають учасників та гостей з України та з-за кордону.

На даний момент івентивний туризм є перспективним видом туризму на міжнародному рівні, який сприяє залученню споживачів туристичних послуг незалежно від сезону. На жаль, цьому виду туризму в Україні не приділяється належна увага, і ми не використовуємо всі потенціальні ресурси для економічного розвитку пріоритетних регіонів. Усі заходи позиціонуються лише як культурна, спортивна чи розважальна подія та не асоціюються з базою для івентивного туризму.

Гордієнко Катерина, Штирхунова Альона

курсанти навчальної групи ДР-641

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, м. Дніпро, Україна

Kateryna Hordiienko, Alona Shtyrkhunova

cadet of the voluptuous group DR-641

The Dnipropetrovsk state University of Internal Affairs, Dnipro, Ukraine

Науковий керівник: **Диса Олена**, кандидат психологічних наук, доцент,
доцент кафедри філософії та політології

Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

Scientific supervisor: **Olena Dysa**, candidate of psychological sciences, associate professor

Associate Professor of the Department of Philosophy and political science,

Dnipropetrovsk State University of Internal Affairs

ФОРМУВАННЯ НОВИХ ЦІННОСТЕЙ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ FORMATION OF NEW VALUES IN INFORMATION SOCIETY

На сьогодні досить актуальною є проблема формування нових цінностей в умовах розвитку інформаційного суспільства. Адже сьогодні мережа Інтернет заміняє нам майже все, що пов'язано з реальним життям. Зараз не потрібно стояти у черзі, щоб купити щось, не треба чекати зустрічі з друзями, оскільки у будь-яку хвилину можна зателефонувати їм або написати повідомлення у соціальній мережі. Інформаційно-технічна взаємодія зумовила людство вступити в нову стадію розвитку – створення інформаційного суспільства і, як наслідок почала виникати, нова інформаційна (або техногенна) культура.

Основу теорії інформаційного суспільства закладали Д. Белл, Т. Стоуньєр, А. Турен, У. Дайзард, Є. Тоффлер. Саме в їх фундаментальних працях 1970-х – 1980-х років було окреслено основні риси цього суспільства [1].